

# Damit Sie im Gespräch bleiben und nicht ins Gerede kommen

## Besuchen Sie ein Medientraining – bevor die Medien Sie besuchen

Was tun Sie denn, wenn heute Nachmittag ein Journalist anruft und sagt, er habe da noch ein paar Fragen zu Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung?

Oder wenn heute Abend eine Medienschaffende mit laufender Kamera vor Ihrer Firma steht und ein Statement zur angekündigten Verlegung des Produktionsstandortes von Ihnen möchte?

Wenn Sie darauf vorbereitet sind, umso besser. Falls nicht, hilft Ihnen dieser Artikel weiter.

Wer unvorbereitet und ohne Erfahrung in ein Interview steigt, riskiert Kopf und Kragen – mitunter auch seinen Ruf. Bereiten Sie sich deshalb gründlich vor. Jetzt – und nicht erst dann, wenn Sie das rote Licht der Kamera blinken sehen. Bereiten Sie sich **inhaltlich**, **technisch** und **medienspezifisch** vor und das geht so:

### Inhaltliche Vorbereitung

Welcher Bereich, welche Fakten, welche Situationen, Bedingungen und Umstände in Ihrem Unternehmen könnten für die Medien interessant sein? Wenn Sie sich dazu im Detail noch keine Gedanken gemacht haben, tun Sie es jetzt. Denn es sind nicht Sie, die bestimmen, was eine gute Geschichte ist, sondern die Medien. Notieren Sie sich mögliche Themen und stellen Sie sich vor, welche Fragen die Medienschaffenden Ihnen konkret stellen könnten. Und dann notieren Sie, was Ihre Antworten wären. Wenn Sie diesen Prozess sauber durchspielen, haben Sie den wichtigsten Schritt in der Vorbereitung bereits gemacht.

### Technische Vorbereitung

Wissen Sie, wer vor Ihnen steht oder wer die Person ist, die sich für das Interview angekündigt hat? Wenn Sie darauf keine Antwort haben, finden Sie es heraus. Darüber hinaus sollten Sie auch noch herausfinden, welches Medium die Journalistin vertritt, in welchem Ressort oder Sendegefäß sie tätig ist und ob das Interview danach noch bearbeitet wird und ob Sie darauf noch Einfluss haben können.

### Medienspezifische Vorbereitung

Es ist eine ganz andere Ausgangslage, ob Sie einem Printmedium Red und Antwort stehen oder ob sich eine Fernseh Equipe mit Mikrofon, Kamera und Scheinwerfer vor Ihnen aufbaut. Jedes Medium hat seine eigenen Mechanismen und Spielregeln – die sollten Sie kennen, denn: Jeder Auftritt in den Medien entscheidet darüber, ob Sie im Gespräch bleiben oder ins Gerede kommen.

«Ich habe Journalisten nie gemocht. Ich habe sie alle in meinen Büchern sterben lassen.» **Agatha Christie**

Sie sehen, die seriöse Vorbereitung auf einen geplanten oder auch auf einen unverhofften und überraschenden Medienauftritt beinhaltet mehrere Schritte und Ebenen.

In einem Medientraining lernen Sie diese kennen und anwenden. Ich finde, es beruhigt ungemein, wenn man das in aller Ruhe und in einem geschützten Rahmen durchspielen und trainieren kann und nicht in einer unvorbereiteten Live-Situation, finden Sie nicht auch?

## Wie finde ich ein gutes Medientraining?

Es gibt viele Angebote auf dem Markt und ebenso vielfältig sind Inhalte und Schwerpunkte der einzelnen Trainings. Ich persönlich kann Ihnen empfehlen, ehemalige Journalistinnen und Journalisten zu suchen, die ein Medientraining anbieten. Warum? Weil sie Ihnen am besten zeigen können, wie die «Gegenseite» tickt und arbeitet und auch, unter welchem Druck und unter welchen Zwängen Journalisten stehen und was die jeweiligen medienspezifischen Anforderungen an Interviews und State-

ments sind. Thematisch reichen die Medientrainings von der Vorbereitung auf Interviews, Statements und Diskussionsrunden bis hin zum Formulieren von Botschaften oder dem Üben von Argumentationstechniken.

Standard für ein gutes Medientraining sollte auch die Videoanalyse und im Anschluss daran ein ehrliches, aber wertschätzendes Feedback sei.

## Verschiedene Arten von Medientraining

Oft wird zwischen diesen Formen von Trainings unterschieden:

### **Geschlossene Medientrainings:**

Diese Form eignet sich für die interne Aus- und Weiterbildung in Unternehmen, Verbänden, Behörden, Organisationen, Parteien, Vereinen usw.

### **Offene Medientrainings:**

Sind vor allem für einen breiten Kreis an interessierten Führungskräften und Kommunikationsverantwortlichen aus den verschiedensten Bereichen der Wirtschaft, Verwaltung und des öffentlichen Lebens konzipiert. Offene Medientrainings dienen darüber hinaus dem Gedankenaustausch, fördern Feedbackkultur und eignen sich für den Ausbau des eigenen Netzwerks.

### **Einzeltraining und Last-Minute-Training:**

Das Training richtet sich an Einzelpersonen und Top-Kader. Für die unmittelbare Vorbereitung auf bedeutsame öffentliche Auftritte in der Öffentlichkeit.

### **Medientraining für Krisensituationen:**

*Wie kommuniziere ich professionell und angemessen in der Krise?*

In einem Medientraining werden Sie nicht zum Moderator oder zum Journalisten ausgebildet, geschweige denn zum Kommunikationsspezialisten. Aber Sie werden zum kompetenten Partner für die Medien. Sie erarbeiten sich alles, was es für eine erfolgreiche Medienarbeit braucht. Eine erfolgreiche Medienarbeit erhöht Ihre Glaubwürdigkeit und Ihr Image substantziell.

Sie profitieren zudem vom Goodwill in schwierigen Zeiten. Sie schaffen Vertrauen und Akzeptanz. Das alles gut vorzubereiten, lohnt sich.



**Flavien Allenspach, Autor**, hat über 30 Jahre lang als Moderator, Redaktor, Produzent in den elektronischen Medien gearbeitet, unter anderem beim Schweizer Fernsehen SRF und Schweizer Radio SRF 3 und SRF 1. Heute ist er als Medientrainer, Kommunikationstrainer, Moderator und Coach in seiner eigenen Kommunikationsagentur [www.aebi-allenspach.ch](http://www.aebi-allenspach.ch) tätig, zusammen mit seiner Ehefrau Silvia Allenspach-Aebi.

### **Kontakt:**

**aebi allenspach  
kommunikation gmbh**  
kirchweg 12, 5622 waltenschwil  
telefon 056 611 95 22  
[info@aebi-allenspach.ch](mailto:info@aebi-allenspach.ch)  
[allenspach@aebi-allenspach.ch](mailto:allenspach@aebi-allenspach.ch)  
[www.aebi-allenspach.ch](http://www.aebi-allenspach.ch)